

13 Июля 2020

Представители крупного бизнеса и общественных организации объединились в Лигу «Ноль Отходов» и обсудили проблему пищевых отходов в рамках первой онлайн-конференции в Сколково



10 июля прошла первая онлайн-конференция Лиги ответственного потребления «Ноль Отходов». Основной целью конференции стало объединение неравнодушных представителей крупных компаний-производителей и представителей ритейла, НКО и ресторанного бизнеса для решения глобальной проблемы пищевых отходов. Все участники Лиги настроены не только изменить потребительские привычки и отношение современного бизнеса в сторону

экологически устойчивого развития, но и создать ряд инициатив, которые помогут решить проблему пищевых и органических отходов в России.

Под влиянием COVID-19 повестка устойчивого развития только усилилась. На фоне кризиса возросла значимость участия компаний в социальных и экологических аспектах жизни общества. При этом компании, которые многие годы до начала эпидемии инвестировали и развивали стратегии устойчивого развития, оказались более подготовленными. Они на протяжении многих лет выстраивали систему принятия решений, при которой социальная ответственность бизнеса и риски в этой сфере являются одним из ключевых факторов.

Один из наиболее заметных трендов в области устойчивого развития сегодня – это ответственное производство и потребление. Сегодня население планеты составляет 7,5 млрд человек, из них более 815 млн не доедают, при этом ежегодно в мире теряется или выбрасывается до трети всех производимых продуктов питания – около 1,3 млрд тонн в год.

Осознавая эту глобальную проблему, Центр развития потребительского рынка бизнес-школы СКОЛКОВО совместно с компанией Danone Россия провели исследование о продовольственных потерях и органических отходах на потребительском рынке России. Было выявлено несколько важных аспектов:

Во-первых, много продуктов теряется в процессе производства и потребления. Так, ежегодно накапливается более 60 млн т органических и около 17 млн т пищевых отходов, а при производстве продуктов питания мы теряем 30-40% от общего объема.

Во-вторых, достоверно нельзя предположить, сколько именно продовольствия мы теряем и сколько отходов производим. Отсутствие единой методики, разные подходы к

определению понятийного аппарата, расхождение в статистических данных и отсутствие прозрачности во многих аспектах не способствуют прояснению ситуации.

В-третьих, проблема продовольственных потерь и отходов имеет большую значимость, чем может показаться на первый взгляд. Сокращение объемов потерь позволит: снизить негативное воздействие на окружающую среду, повысить уровень физической и экономической доступности продовольствия для населения, что приведет к повышению качества жизни людей, обеспечить экологическую и продовольственную безопасность на государственном уровне, совершенствовать социальную ответственность ведения бизнеса и выстраивать более доверительные отношения с потребителем.

Не менее интересные результаты показали исследования потребителей¹ в России:

Доля ответственных потребителей в России постепенно растет, что является хорошим сигналом для рынка. Так, порядка 40% респондентов сообщают, что готовы покупать продукцию и услуги ответственных компаний. В то же время, очень остро стоит вопрос доверия потребителей. По данным федерального опроса более 53% российских потребителей считают, что компании внедряют практики устойчивого развития исключительно ради прибыли. Только 8% абсолютно уверены, что, покупая товар или услугу у ответственного бизнеса, они влияют на позитивные изменения. В этом плане краеугольным камнем для распространения повестки устойчивого развития в России становится повышение осведомленности и образованности в вопросах устойчивости рядовых потребителей.

Достичь этой цели в одиночку невозможно. Именно поэтому важным аспектом становится развитие сотрудничества и совместные усилия представителей бизнеса в области повышения осведомленности потребителей. Однако, практика показывает, что для развития уже существующих инициатив частного и неправительственного сектора необходима поддержка на государственном уровне.

Объединение усилий бизнеса, государства, НКО, образовательных организаций и самих потребителей позволило создать Лигу Ноль Отходов, в которую вошли бизнес-школа SKOLKOVO, Danone Россия, Bonduelle, Mars Wrigley, Магнит, X5 Retail Group, Coca-Cola Россия, Дамате, Фрагария, а также представители таких волонтерских и благотворительных организаций, как Фонд продовольствия «Русь» и AIESEC. Стать частью этого нового амбициозного проекта может каждый желающий и неравнодушный. Это важный сигнал для всего рынка, что повестка устойчивого развития уже глубоко проросла в бизнес-среде.

Каждый из нас, начиная от простого потребителя и заканчивая крупнейшими производителями и государством, может повлиять на процесс развития экологически устойчивого общества в России.

¹ https://cmdc.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_CMDC/News/SKOLKOVO_CMDC_2019-12-06_001.pdf



Мы глубоко убеждены, что только совместными усилиями мы сможем изменить ситуацию к лучшему.

Запись конференции доступна по ссылке: <https://www.youtube.com/watch?v=l8Hhem-2sII&feature=youtu.be>

О Лиге Ноль Отходов:

Лига Ноль Отходов – команда ответственного бизнеса, которая осознает проблему загрязнения экологии в мире и в России, в частности. Цель создания и деятельности Лиги – проводить просветительскую деятельность относительно ответственного потребления продуктов питания и утилизации производственных отходов в России, относительно существующих в мировой практике инициатив, стать инициатором новых совместных проектов по устойчивому и ответственному развитию, обучать потребителей простым принципам потребления и вовлекать их в полезные активности. В составе Лиги - Danone Россия, Bonduelle, Mars Wrigley, Магnum, X5 Retail Group, Coca-Cola Россия, Дамате, Фрагария, бизнес-школа Сколково, фонд продовольствия «Русь», AIESEC.

<https://www.instagram.com/zdorovaya.planeta/>